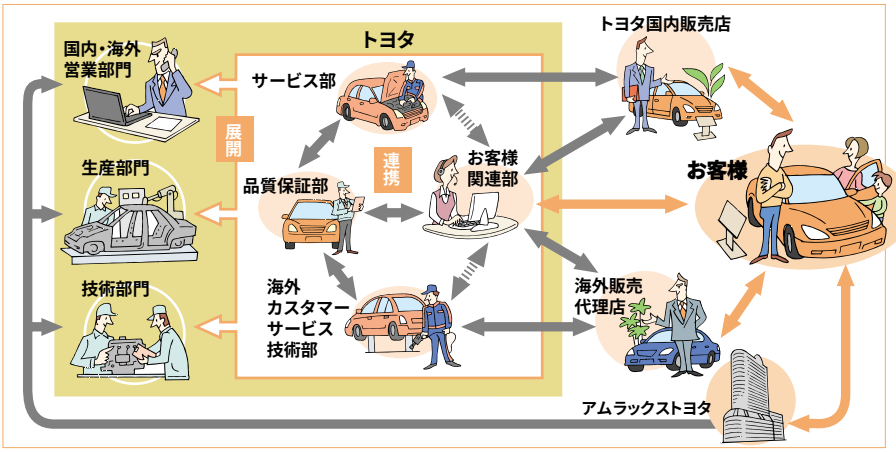
お客様とのかかわり

お客様第一主義

トヨタは創業以来、「お客様第一主義」の考えに基づいて企業活動を進めています。この考えは、トヨタグループの理念である「豊田綱領(1935年制定)」で謳われ連綿と受け継がれています。社内のすべての部署が、あらゆる仕事の局面で「お客様第一主義」を念頭に置き、販売店はじめオールトヨタの取り組みとして、お客様の対応に当たっています。

「豊田綱領」はP4。

■ お客様対応概念図



お客様に対する考え方

お客様からの評価・ご意見は、トヨタへの期待の表れであり、これを真摯に受け止め、誠実に対応するとともに、企業活動に生かすことがお客様の満足につながると確信しています。お客様の要求変化を常に把握し、社内基準との整合性を定常的にチェックして、ズレが生じた場合は速やかな対応を心掛けています。

また、お客様の声は、開発・生産・販売の関係部門・部署へ迅速に展開し、商品企画や品質向上等、企業活動の改善に役立てています。

幅広い情報収集と新しいクルマづくりへの展開

トヨタで受信するお客様評価情報には、直接寄せられるご相談・ご指摘のほか、販売店から入手する品質情報や新車購入客へのアンケート調査等があります。また*J.D.Powerなどの第三者機関の調査結果も参考にしています。さらに、販売店、グループの仕入先の協力を含め間接的な情報収集も行うなど幅広く取り組んでいます。

これらの情報の分析結果も、いち早くクルマづくりに反映させるため、技術部門との連携を強化しています。

*J.D.Power:顧客満足度に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関。

お客様関連部の取り組み

お客様関連部の役割は「お客様のご要望に直接接する部署」であり、ご相談・ご指摘への対応を通じ、一人ひとりのお客様の声を大切にし、お客様満足の向上に努めています。窓口となるお客様相談センターでは、ご相談・ご指摘を受信、今年度は約20万件のご利用をいただきました。ご指摘については、全国販売店と連携し、お客様の信頼と真の満足の獲得を心掛け、トヨタファンの維持、拡大に努めています。

また、営業、技術、生産各部門への直接提案や講話会を実施し、お客様の声を商品、企業活動の改善に役立てています。

2002年7月には、中国(TMCI)に「お客様相談室」を立ち上げる等、全世界の代理店におけるお客様対応体制の充実・強化を支援しています。

窓口となるお客様相談センター

お客様情報の受発信機能を持つ「アムラックストヨタ」

アムラックスは、メーカーショールームとして、トヨタの広告塔・お買い物相談の機能のほか、お客様情報を受発信する機能を兼ね備えています。ショールームでは「アムラックスミレル」と呼ばれるコンサルティングスタッフが対応に当たり、最適なクルマを提案・情報提供しています。ここで得られた情報はデータベース化され、社内イントラネットを通じて開発・営業部へフィードバックしています。

「新型車お客様評価報告」もその取り組みの一つです。来館されたお客様にアンケート調査を実施し、外観、内装、装備などについて、“ 生の声 ”を収集し、関連部門へ展開しています。また、お客様の関心や疑問の多かった事例を2002年6月よりMU-BOX(販売店向け衛星端末)を通じて各販売店に展開しました。

アムラックスミレルによる新型車紹介

お客様の声を生かした開発事例

2002年9月にモデルチェンジした新型「カルディナ」は、事前に収集したお客様の声を、多数取り入れ、数多くの部位で品質向上が図れました。「お客様の好みで選択できるようメーター色の切り替えを設定」「シートアレンジ操作やベルト脱着を容易にしたリア席自立式シートベルトバックル」「荷室の機能性を高めたリバーシブルデッキボードの採用」などがそれに当たります。

デッキボードを検討するスタッフ

品質保証

基本的な考え方

トヨタが重要視する“お客様第一・品質第一”のクルマづくり。それを実現する機軸は品質の“機能”管理で、社内の各部門を横断して品質を保証する考え方にあります。

企画・開発・生産技術・生産・調達・営業など各部門がそれぞれの領域で品質保証に責任を持っており、各部門のトップが参画して品質機能に関する方針を毎年度策定しています。年度方針には、トヨタの製品・サービスによってお客様の安全・満足・喜びを獲得していくことなどが明記されています。

取り組みの柱は次の三つです。専任部署である品質保証部を中心に、担当各部が連携して推進しています。

①トヨタの製品・サービスが、お客様の要望や世界各国の法規に適合し、品質問題(環境問題)を発生させないよう不具合を未然防止する。

②不具合を発生させた場合は速やかに原因を究明して対策を実施し、既に販売した製品に適切な処置を行い、不具合を早期発見・早期解決する。

③各部門の活動が適正に行われているかを監査し、問題がある場合は改良する。

お客様への情報提供

トヨタの製品・サービスの品質・安全性に関する情報は、次の方法により、お客様へタイムリーに提供できるよう努めています。

①販売店スタッフによるお客様への直接的な説明

②製品への直接表示、取扱説明書

③お客様相談センターを窓口とする電話相談

④ホームページ上での情報開示

リコール等への対応と体制

商品に欠陥が発生し、処置を講じる必要があると判断された場合、以下のうち必要な対応を実施しています。

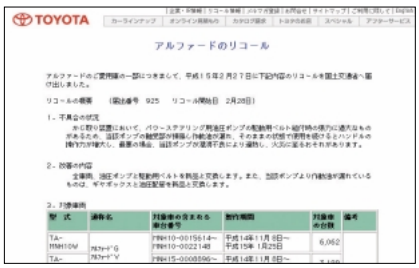
①各国法規の手順に従った当局への届出

②新聞・ダイレクトメールでお客様へ告知、店頭でのご説明

③ホームページ上での告知

④製品の回収、無償での修理

実施に当たっては、その手順を明確にして対応を進めています。



トヨタホームページ上のリコール情報

トヨタ車のリコール情報は
http://www.toyota.co.jp/recall

世界の販売店から市場情報を収集する体制を構築しており、品質保証部がそれらの情報を解析し、関係部署での対策の推進に当たっています。また品質保証部は商品の欠陥に対して行う処置に関して経営トップを含む関係部署への説明を実施しています。各部門の活動が適正に行われているかを監査し、問題がある場合は改良していく機能も担っています。

消費生活アドバイザーの役割

お客様関連部、品質保証部担当役員
消費生活アドバイザー第3期生

佐々木 眞一

昨今、企業の不祥事が相次ぎ、消費者の企業を見る目は一段と厳しさを増しています。今や消費者重視の考え方は言うまでもなく企業存続の大前提といえます。そうした中、企業と消費者のパイプ役である*消費生活アドバイザーの役割は、企業の消費者志向を高め、お客様第一主義を浸透させる上でも、一層重要になってきています。

お客様が本当に求めている要求は何か、資料や調査結果では得難い生の声を社内に届け、消費者と企業の認識のズレを修正しなければなりません。社内では144名（2003年4月1日現在）の有資格者が消費者関連活動や製品づくりへの助言を行っています。2003年3月には「トヨタ消費生活アドバイザーの会」の総会を開催し、情報交換および相互啓発を行いました。

「クルマは命を大きく左右するモノ」であり、安全性をはじめとする品質に関する相談件数は年々多くなっています。この認識をしっかりと根底に持ち、私たち有資格者が中心となって、お客様への理解活動を継続したいと考えています。

*消費生活アドバイザー：経済産業大臣が事業認定している公的資格。主に企業や行政機関、各種団体等の消費者関連部門において消費者の苦情相談に応じるほか、消費者の意見や消費者動向を商品・サービス等の開発、改善に反映させるなど、企業の消費者志向促進の役割を担っています。

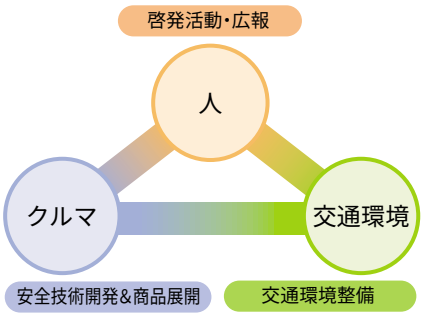
安全なクルマづくり

基本的な考え方

クルマづくりの基本は「安全」であると考えています。様々な条件下で最高水準の安全性を発揮し、快適に使用していただけるクルマをお届けするため、①クルマ・人・交通環境の幅広い視点による総合的対策、②先進技術を活用した安全装置や構造の開発、③事故調査・解析結果に基づく車づくり、④お客様の要求と社会的要請に応えるトータルバランス　の4つの考えを基本とし、法規レベルを上回る基準を設け、安全技術の開発を進めています。

トヨタでは上記の考え方に基づき、事故を起こりにくくする「予防安全」と事故発生の場合にも、その被害を最小限にとどめる「衝突安全」の視点から安全なクルマづくりに向けた具体的な対策を進めています。

■ 安全なクルマづくりに向けた総合的対策



基礎技術研究

事故調査解析

安全なクルマづくりのためには、まず実際の市場に学ぶことが必要であり、事故統計および個別事故解析が大変重要だと考えています。

これらの統計および解析は、(財)交通事故総合分析センターなど各種機関の協力を得て行っています。事故、運転者、車両の総合的視点から、事故の発生状況、被害状況、クルマの使われ方、気象条件、路面状況等を調べ、技術開発にフィードバックしています。

衝突試験と衝突シミュレーション

クルマが衝突した時の乗員の動きや加速度、荷重などによる乗員・歩行者への影響を解析するため、実車による衝突実験を行い、クルマづくりに役立てています。実験では、年齢、性別、体格などの異なる10タイプ100体以上のダミー人形を使い、年間1,000回以上行っています。

これらの実験データを補完するため、「*CAE」も積極的に活用しており、現在は、変形や発生荷重について細部まで予測が可能なレベルにまで至っています。

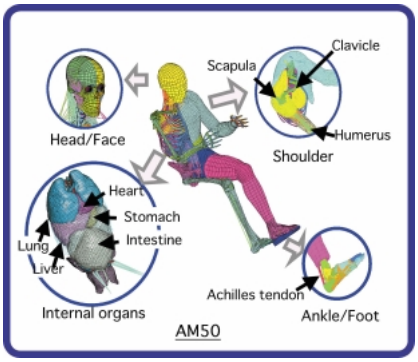
*CAE:Computer Aided Engineeringの略。コンピューターを利用して物理的な現象(変形、応力、熱、振動など)をシミュレーションし、製品の設計、問題の解決に利用する技術。

バーチャル人体モデル「THUMS(サムス)」

衝突実験用の人体ダミーでは計測不能な人体への影響をシミュレートするバーチャル人体モデル、それが「*THUMS」です。形状から骨の強度、皮膚の柔軟性、靭帯・腱に至るまで、人間の身体に近い状態で再現されており、人体ダミーでは限界のあった各部の傷害程度を、予測することができます。このモデルにより、車両衝突時における様々な傷害発生のメカニズムを解明し「衝突安全」をより高度に追求すべく車両開発を進めています。

*THUMS:Total Human Model for Safety

■ バーチャル人体モデル「THUMS」



予防安全

クルマの安全は、まず第一に、事故を起こりにくくする「予防安全」の考え方が重要です。予防安全技術の基本は、クルマ本来の機能である「走る」「曲がる」「止まる」がドライバーの意図通りにできることにあり、この三つの機能につき、最新の技術を駆使して性能向上に努めています。

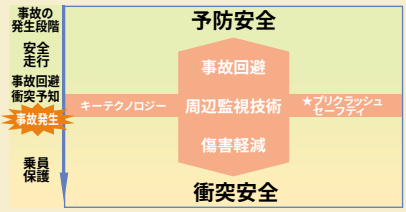
ほかにも①運転に必要な操作をサポートする機能、②走行時の自車情報・周囲の情報入手の容易性、③他車への情報伝達、④運転環境の向上　も重要なポイントと位置づけ、人間工学や交通心理学に基づく知見なども盛り込み、開発を進めています。

2002年度の新技術

プリクラッシュセーフティ

死亡・重傷事故の約70%は、前方不注意・安全不確認などの「認知遅れ」が原因であり、前面衝突事故の約40%では回避操作がなされないとの調査結果があります。※　このような実態を鑑み、「予防安全」と「衝突安全」を融合させ開発したのが「プリクラッシュセーフティシステム」です。衝突が避けられない自車の状況を事前に判断し、安全装備を早期に作動させ、衝突被害の軽減に資する機構で、2003年2月発売の「ハリアー」にオプション設定しました。

■ 「予防安全」と「衝突安全」融合の概念

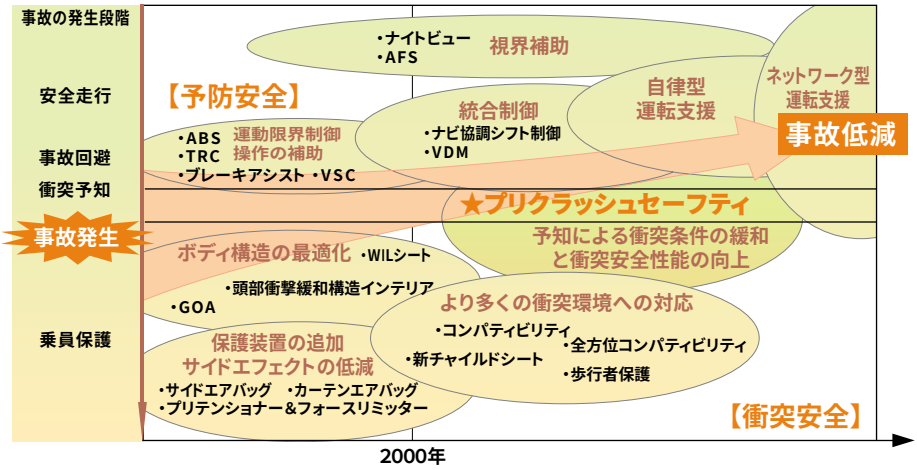


※出典:(財)交通事故総合分析センター「交通事故例調査・分析報告書」(平成13年度報告書)

このシステムは、衝突不可避を事前に判断する新開発の「プリクラッシュセンサー」と衝突判断後の早期巻き取りで乗員拘束性能を高めるシートベルト、早期に制動力を補助し衝突速度を低減するブレーキアシストで構成されています。

同システムの要となるプリクラッシュセンサーは、ミリ波レーダーなどを使った周辺監視技術の進化により開発されたキーテクノロジーです。

■ 安全技術の変遷と将来



事故回避性能の向上

重大事故の中で、横滑りなど操縦不能が原因となって起こった事故は約20%近くと言われます。横滑りが原因の事故ではABS(Anti-lock Brake System)やTRC(Traction Control)、VSC(Vehicle Stability Control)といったシステムの効果が期待されます。

VSCは、急なハンドル操作や滑りやすい路面などで発生する横滑りを抑えることを狙いとした装置です。それに対しABSは減速時、TRCは加速時にタイヤの空転を抑制する装置です。

また急なブレーキ時、制動力をサポートするブレーキアシストも事故予防に役立つと考えています。

トヨタでは、VSCやブレーキアシストなどの予防安全装置を、2005年までに国内で販売するほぼ全車種(乗用車)に展開する計画です。

衝突安全

事故が発生した場合の乗員の保護および衝突相手となり得る歩行者や二輪車乗員の保護にも配慮が必要です。

トヨタの考える「衝突安全」は、衝撃を効率よく吸収する車体、生存空間を確保できる強固な客室、乗員を保護する拘束装置や内装材、脱出・救出を容易にするドア構造、出火・延焼防止など多様な視点でとらえています。

■ 衝突安全の考え方

衝突安全性能の進化

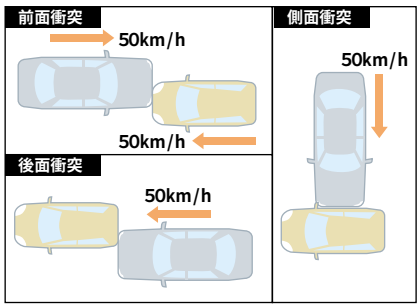
トヨタではフルフラップ前面衝突、オフセット前面衝突、側面衝突における乗員保護性能と生存空間の確保を目指し、衝撃吸収ボディと高強度キャビンを両立させた「衝突安全ボディ」(GOA)を開発しています。

これは、日本および欧米の安全基準を上回るもので、各クラス世界トップレベルの安全性を追求しています。さらに、より大きな車や速度の速い車との衝突に対応する基準の見直しなど、より高い安全性の実現に向け取り組みを進めています。

全方位コンパティビリティ

大型車、小型車、トラックなど多様な車同士の事故で相互の安全性を両立させる考え方が「Compatibility」です。重量差、車高差等により衝突時の被害の大きさが異なり、それぞれの差に対応した設計の配慮が重要です。トヨタでは、この考え方を前面衝突だけでなく、側面衝突、後面衝突でも適用することで、全方位コンパティビリティの改善を目指して衝突安全性の追求を進めています。

■ 全方位コンパティビリティ



歩行者保護

歩行者とクルマが衝突した際の、歩行者の傷害を軽減させる「歩行者傷害軽減ボディ」を開発し、2001年12月発売の「プレミオ」「アリオン」から採用しています。

歩行者傷害軽減ボディは、歩行者ダミーや「THUMS」による検証を元に、ボディへの改良に取り組んだもので、衝撃吸収素材の使用および衝撃吸収構造によって、歩行者の被る傷害を軽減させるものです。

日本初ISO FIX対応チャイルドシート導入

トヨタは確実かつ容易に取り付け可能な*ISO FIXに準拠したチャイルドシートを1999年に国内で初めて販売しました。専用金具で座席に取り付けられるもので、クルマ側が対応していれば簡単かつ確実に装着できます。

トヨタの多くの車種がISO FIXに対応しており、乳児用・幼児用ともISO FIX対応のチャイルドシートを取りそろえることで、*CRSの普及に取り組んでいます。

トヨタ車のISO FIX対応チャイルドシートは、国民生活センターによる衝突安全性の比較テストで高い評価を受けています。

*ISO FIX:誤使用防止、車両適合性の向上、取り付け方法の世界統一化を目的とした、ISO(国際標準化機構)規格のチャイルドシート固定方式。
*CRS:Child Restraint Systemの略称で子供用拘束装置

人にやさしいクルマづくり

福祉車両の開発と普及

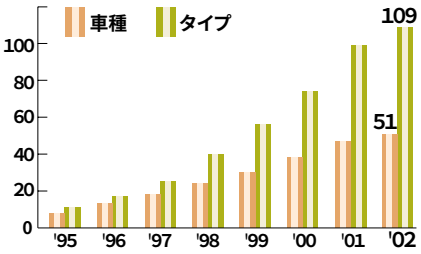
ウェルキャブ開発の視点

高齢社会の到来を前に、高齢者や身体の不自由な方の社会参加を進める意味で、クルマに求められる役割は高まる一方です。「身体の不自由な方が自ら運転する」「高齢者や身体の不自由な方を送迎する」「身体の不自由な家族と一緒に外出する」といった、さまざまな生活シーンにおいて、クルマには人にやさしい装備や機能が期待されています。

トヨタは、「すべての方に快適な移動の自由を提供する」という理念の下、いち早く福祉車両「*ウェルキャブ」の開発・普及に取り組み、2002年度末には51車種109*タイプの車両へ展開をしています。①コミュニケーションとケア、②介護者・運転者にやさしい、③乗降性が良い、④居住性が高い、⑤リーズナブルな価格、の5つの視点に立ち、これまで培ってきた「やさしさ」の機能を、すべての方々に提供すべく、開発を続けています。

*ウェルキャブ:トヨタの福祉車両のシリーズ名称で「Welfare(福祉)」と「Cabin(客室)」を合わせた造語。
*タイプ:車いす仕様、サイドリフトアップシート仕様などの別

■ ウェルキャブラインアップの拡大

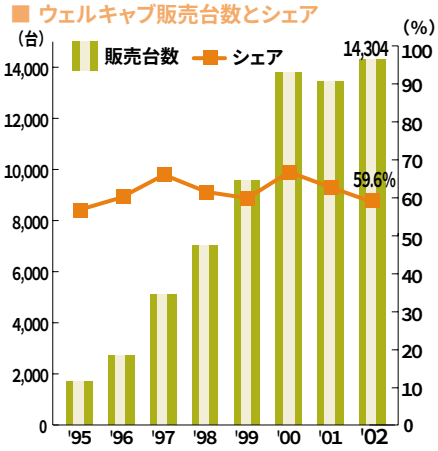


ラウム助手席リフトアップシート車
(パノラマタイプ)

ウェルキャブの普及に向けて

高齢化や福祉社会の進展といった社会的背景を受け、福祉車両に対するニーズは年々高まっています。2002年のトヨタのウェルキャブ販売台数は14,304台で1995年に比べて8.5倍以上となっています。また「身体障害者用車両に限る」などの限定条件のつく運転免許保有者は23万5,000人(2001年)となっており、身体の不自由な方で運転に意欲を示す人は年々増加しています。トヨタでは、「フレンドマチック車」「助手席回転スライドシート車」「車いす仕様車」など、さまざまな用途を持つクルマをラインアップすることで、自立と介護をサポートしています。

■ ウェルキャブ販売台数とシェア



■ ウェルキャブの主な取り組みの歴史

年代	年	トヨタの取り組み
1960・1970年代	'75	・トヨタ系改造メーカーにて、ハイエース福祉車両改造開始
1980年代	'81	・国際障害者年を機に、ハンディキャブ、フレンドマチックの名称でメーカー完成車として発売開始
	'82	・両上肢障害者用車両フレンドマチックIIを新発売(カローラ)
1990年代	'94	・国内初サイドリフトアップシート車を発売
	'96	・助手席回転シート仕様の開発(ターセル、コルサ、カローラII)
	'97	・グッドデザイン賞のユニバーサルデザイン賞をラウムが受賞
	'98	・福祉車両のシリーズ名称を「トヨタTECS福祉車両シリーズ」から「トヨタウェルキャブシリーズ」に変更 ・タクシー専用車にウェルキャブを新設定。後席の回転シートを国内で初めて開発(クラウンコンフォート、コンフォート)
1990年代	'98	・国内初のウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を東京と神戸にオープン ・サイドリフトアップシートに全電動式、脱着式を新開発
	'99	・ハイブリッドカーにウェルキャブ新発売(プリウス)
2000年代	'00	・車いす仕様車にスロープタイプ新設定(ファンカーゴ) ・ウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を広島にオープン
	'01	・ウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を千葉にオープン ・ウェルドライブシステム新開発(エスティマT/L)
	'02	・ウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を名古屋にオープン
	'03	・助手席リフトアップシート車(パノラマタイプ)を新発売(ラウム)

ユニバーサルデザイン

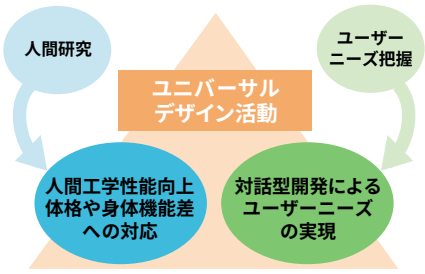
トヨタの*ユニバーサルデザインの取り組みは、「多様化したニーズとそれに応えるクルマの関係」という視点に立ち、人にやさしいクルマづくりの一環として進めてきました。幅広いユーザーが快適かつ安心して使えることを前提とし、乗降性や視認性など人間工学の観点と、「祖父母が後席に座る」「妊婦が乗る」といった目的やカテゴリーに応じたユーザーサイドの視点を盛り込み、これらの要件を評価指標で表現しています。

客観的で汎用性のある評価軸の設定は、あらゆる車種に展開が可能です。これにより開発サイドは目標設定がしやすくなり、ユーザにとっては、性能レベルやクルマの特性がつかみやすくなり、クルマ選びの指標とすることができます。

近い将来に予測される社会像に照らすまでもなく、安心・快適のための開発は、安全への取り組みに並ぶ重要な要素です。今後も、医学と工学の連携を緊密にし、人間工学の研究を続け、クルマに応用していきます。

*ユニバーサルデザイン:「より多くの人が使いやすい」というもの。すべての人に使いやすければ身体の不自由な方にも使いやすいという考え方で商品を開発していくため、デザイン自体が障害・障壁を感じさせないものになる。

■ ユニバーサルデザインへの取組



妊婦の乗降も楽にできる配慮